

**СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА КАК НАБИРАЮЩИЙ ПОПУЛЯРНОСТЬ
ИСТОЧНИК НОВОСТЕЙ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ**

Донская А.Д.,

*студентка 3 курса кафедры политологии и социологии
Уральского Федерального университета
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина
г. Екатеринбург, Россия
alina_donskaya97@mail.ru*

**SOCIAL MEDIA AS AN INCREASINGLY POPULAR SOURCE OF NEWS
IN MODERN SOCIETY**

Donskaya A.

*3rd year student of the Department of political science and sociology
Ural Federal University named after the
first President of Russia B. N. Yeltsin
Yekaterinburg, Russia
alina_donskaya97@mail.ru*

Аннотация

Статья посвящена рассмотрению социальных медиа как источника новостей, который вызывает всё больший интерес в современном обществе, в особенности среди молодёжи. Возникновению понятия «социальных медиа» способствовало появление новых технологий и интернет-ресурсов, которые позволяют облегчить обмен информацией между людьми. Можно заметить, что социальные медиа начинают все больше вытеснять традиционные СМИ – телевидение, радио, газеты и журналы. В настоящее время проводится множество исследований, в ходе которых выявляется, какие медиа предпочитают использовать больше – традиционные или социальные.

Annotation

The article is devoted to the consideration of social media as a source of news, which is of increasing interest in modern society, especially among young

people. The emergence of the concept of "social media" has been facilitated by the emergence of new technologies and Internet resources that facilitate the exchange of information between people. It is possible to notice that social media begin to displace more and more traditional mass media – television, radio, newspapers and magazines. Currently, a lot of research is carried out, which reveals which media prefer to use more – traditional or social.

Ключевые слова: социальные медиа, традиционные медиа, СМИ, современное общество, молодежь.

Key words: social media, traditional media, mass media, modern society, youth.

В условиях протекающих процессов глобализации появление и нарастающее функционирование информационных медиакоммуникаций и сетевых систем вызывает существенное изменение социальной структуры общества. Обладая присущими только им функциями и признаками, социальные медиа сейчас могут с полной уверенностью конкурировать с традиционными средствами массовой информации, а также создавать свою собственную систему массовых социальных коммуникаций, закладывая в своей основе социальный характер каналов данных коммуникаций.

Понятие «социальных медиа» возникло относительно недавно. Этому способствовало появление новых технологий (RSS, блоги и т.п.) и интернет-ресурсов (социальные сети, фотохостинги, видеохостинги и т.п.). Все эти новые технологии и ресурсы объединены тем, что позволяют облегчить обмен информацией между людьми, в отличие от тех технологий, которые были раньше, когда интернет состоял преимущественно из статических страниц.

Всё чаще современное общество, а особенно молодежь, предпочитает в качестве источников информации и новостных источников использовать именно социальные медиа, которые, в свою очередь, начинают все больше вытеснять традиционные СМИ – телевидение, радио, газеты и журналы.

Это подтверждают недавние исследования Интернет-аудитории. Например, при исследовании «Brand Analytics»[1] за осень 2016 года была проанализирована нарастающая активность социальных медиа и их влияния на формирование общественного мнения. Количество «говорящих» авторов за ноябрь 2016 года составило **35 млн**, и ими было сгенерировано **698 млн** сообщений. В результате данного исследования было выявлено превалирование социальных медиа над традиционными (классическими СМИ) по уровню их влияния на общественное мнение. Приведены такие примеры, как «Brexit», выборы в США, референдум в Италии, показывающие решения больших сообществ людей, расходящиеся с «официальной информацией» СМИ. Посредством функционирования социальных медиа может быть изменена даже действующая политическая обстановка в обществе. Как пример, можно привести события так называемой «Арабской весны», когда социальные сети сыграли значительную роль в организации беспорядков в странах Азии, Африки и Ближнего Востока. Это были так называемые «твиттерные революции», когда посредством популярных социальных сетей «Twitter» и «Facebook» было подготовлено и выведено на улицы протестное движение, приведшее к свержению правительств в ряде стран[2]. А согласно результатам исследования «Statista Inc.»[3], количество Интернет-пользователей с каждым годом только увеличивается: 0,97 млрд. в 2010 г. увеличились до 1,96 млрд. в 2015 г. и прогноз увеличения до 2,44 млрд. в 2018 году.

Это может происходить потому, что, в сравнении с традиционными медиа, социальные медиа обладают таким качеством как интерактивность. Именно благодаря интерактивности социальные медиа способствуют налаживанию связи с пользователями и привлечению их к тем или иным процессам. Также к особенностям социальных медиа относят вовлеченность аудитории в коммуникацию, когда пользователи могут создавать собственный контент и обсуждать и оценивать контент, предложенный другими пользователями.

Как отмечает учёный Клей Ширки, аудитория хочет не только потреблять информацию, но и создавать контент и делиться им с единомышленниками[4]. Аудитория всегда искала альтернативные возможности участия в процессе формирования повестки дня. В этом им смог помочь Интернет, который с самого начала своего публичного существования ориентировался на коллективное творчество. Различные новостные группы, E-mail рассылки, дискуссионные доски и доски объявлений были предшественниками современных форумов, блогов и виртуальных сообществ, которые сейчас являются составляющими социальных медиа.

Еще к особенностям социальных медиа можно отнести точность таргетинга, когда в ходе пользования социальными медиа человек может отмечать свои вкусы, хобби, друзей. И на основе этого фильтруется огромный поток информации и новостей, и делаются выводы о том, что стоит предлагать данному пользователю, а что нет[5].

Сейчас проводится множество исследований, целью которых является выяснение, какие же медиа обладают большей популярностью у пользователей – традиционные или социальные.

В 2016 году Фонд Общественного Мнения провёл опрос интернет-пользователей о том, где они читают новости и какой информацией интересуются[6].

В ходе исследования выяснилось, что большая часть пользователей (78%) всё же предпочитает телевидение в качестве источника новостей. Но также нельзя отрицать, что большой процент пользователей (60%) предпочитают использовать новостные сайты в Интернете. Также стоит отметить, что среди молодежи от 18 до 29 лет довольно значительную популярность имеют форумы, блоги и социальные сети как источники новостей.

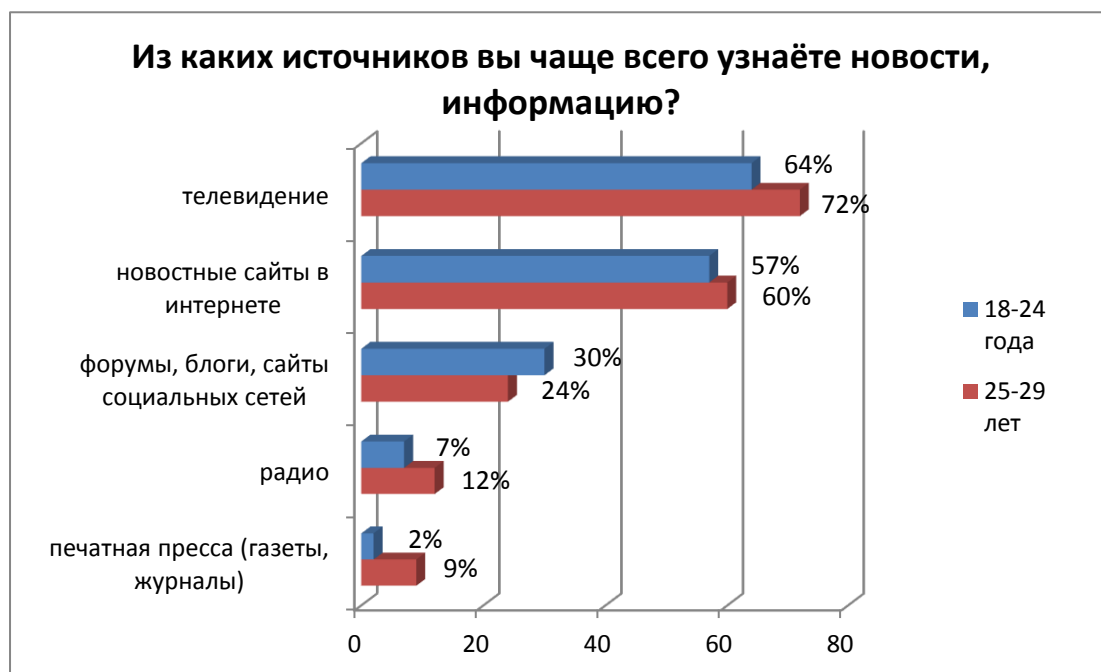


Рисунок 1. Источники получения новостей, информации среди Интернет-пользователей от 18 до 29 лет

Есть примеры и других исследований Интернет-аудитории. Например, исследование, которое проводил социологический сервис ЦИМЭС[7]. Их целью было выяснить, какие источники новостей являются самыми популярными. Проходило исследование с 8 по 10 августа 2017 года. В опросе участвовали 22685 россиян, большинство из которых являются молодежью.

Аудитории задали вопрос «Из каких источников Вы чаще всего узнаете новости?». И на этот раз наиболее популярным у россиян источником новостей стали именно Интернет-СМИ. Этот вариант ответа отметили почти 38% опрошенных. Также по результатам опроса 31% Интернет-аудитории узнают новости чаще всего из новостной ленты в социальных сетях. Эти варианты ответов лидируют с наибольшим отрывом. Наименее популярными источниками россияне назвали радио (1%) и печатные СМИ (0,5%).



Рисунок 2. Источники получения новостей среди Интернет-пользователей в России

Естественно, таких исследований очень много, и конкретные результаты во многом зависят от того, какая аудитория была опрошена. Вероятнее всего, среди молодых людей чаще будет преобладать склонность к использованию социальных медиа, а среди людей постарше — к использованию традиционных медиа, просмотру телевизора и чтению газет и журналов.

Таким образом, действительно, можно увидеть увеличение интереса современного общества к социальным медиа как к источнику новостей. Ведь даже традиционные медиа постепенно начинают пользоваться возможностями социальных медиа, выпуская онлайн выпуски своих журналов или газет, предоставляя возможность онлайн просмотра той или иной телепередачи. Существует большая вероятность, что со временем этот интерес будет нарастать еще больше. И следом за развитием информационных медиакоммуникаций будет увеличиваться процент людей, которые будут использовать в качестве источника новостей социальные медиа.

Список литературы

1. Социальные сети в России, осень 2016. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://blog.br-analytics.ru/sotsialnye-seti-v-rossii-osen-2016/> (дата обращения: 25.02.2018).
2. Селезнев, Р. С., Скрипак, Е. И. Социальные сети как феномен информационного общества и специфика социальных связей в их среде // Вестник Кемеровского государственного университета. — 2013. — №2(54). — С. 128.
3. Статистика использования социальных медиа в 2015 году. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://te-st.ru/2015/12/17/social-media-2015-2/> (дата обращения: 25.02.2018).
4. Clay Shirky. Cognitive Surplus: Creativity and Generosity in a Connected Age. — New York: The Penguin Press, 2010. — P. 16—17.
5. Косых В. Н. Социальные медиа VS традиционные коммуникации в PR // PR в изменяющемся мире: сборник статей/ под ред. М.В. Гундарина, А. Г. Сидоровой, Ю. В. Явинской. – Вып. 9. – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2011. - С.41-50.
6. Новости в интернете. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://fom.ru/SMI-i-internet/12491> (дата обращения: 25.02.2018).
7. Какие источники для получения информации выбирают россияне? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://cimes.media/media/> (дата обращения: 25.02.2018).